

## 商務華語學習者需求分析\*

李育娟

國立臺灣師範大學國際華語與文化學系

### 摘要

由於學習商務華語的人數逐年增加，順應這股潮流，相關教材的編輯開發也呈現空前的盛況。不過，這些教材多以編寫者虛擬情境為主題設計課程內容，鮮見以華語學習者的需求角度來設計課程內容。因此，筆者以華語學習者為對象設計問卷，徵詢並蒐集學習者對商務華語的學習動機，以及想要學習的主題範疇、工作類別、課程內容等，藉以瞭解學習者的需求。並從中分析學習者需求與現有教材之間的落差，以提供今後教材編輯上的一個參考方向。

**關鍵詞：**商務華語、需求分析、學習動機、商務華語教材、商務文件

### 1. 研究動機

華語學習者學習華語的動機，除了對語言、文化的興趣外，通常還包括在職場上的實用性。近年來亞洲經濟貿易發展活絡，再加上中國大陸經濟崛起，學習商務華語的人數逐年增加，順應這股潮流許多華語教學中心開設了商務華語的課程，而商務華語教材的需求也應運而生，相關教材的編輯開發也呈現空前的盛況，截至今日，至少也有上百本的商務華語教材問世。中國、香港、臺灣、美國、日本等，皆出版了商務華語的相關書籍及 CD 等教材。檢視目前已出版的現有教材，多以華語學習者的華語能力分為初、中、高級三大類；初級、中級的教材以口語的商務用語為主，而高級的商務華語教材則傾向以經貿知識的讀本為主。除此之外，另外還有一個面向是以商務信函的書寫指導為出版方向。

---

\* 本研究成果得到「邁向頂尖大學計畫」Aim for the Top University Plan 及教育部 Ministry of Education, Taiwan, R.O.C 的計畫經費補助，特此感謝。

目前出版商務華語教材數量最多的是中國大陸，具代表性的如北京大學出版的《新絲路速成商務漢語》系列、《商務漢語金橋》、《基礎實用商務漢語》、《公司漢語》，以及北京語言大學出版的《基礎商務漢語》、《經貿漢語中級》等。其它地區或國家除了出版以語言為主的華語教材外，也發行商務華語的教科書，如臺灣的師大國語中心出版過《實用商業會話》（修訂本）I 及 II，香港的中文大學出版了《商業漢語》、《商貿漢語高級讀本》等，美國有 Cheng&Tsui 出版的《新世紀商用漢語》，日本有白水社出版的、《商務中國語訓練》、ASK 出版的《商談的中國語》等。此外，以商務信函的書寫指導為主的教材有《應用漢語讀寫教程》、《新絲路·商務漢語寫作教程》（北京大學出版社）等。由出版事業的蓬勃發展，也證明了商務華語的重要性在華語教學的領域中與日俱增。

不過商務華語的教材數量雖多，但多以編寫者虛擬情境為主題設計課程內容，鮮見以華語學習者的需求角度來設計課程內容。這些教材是否完全契合學習者的需求，仍存在疑問及可探討的空間。因此，筆者以華語學習者為對象設計問卷，徵詢並蒐集學習者對商務華語的學習動機，以及想要學習的主題範疇、工作類別、課程內容等，藉以瞭解學習者的需求。並從中分析學習者需求與現有教材之間的落差，以提供今後商務華語教材編輯上的一個參考方向。

## 2. 需求分析之方法論與文獻

第二語言習得需求分析的重要性正日漸受重視。尤其是特殊目的的語言學習（Language Learning for Specific Purposes），更是益漸強調需求分析的必要性。其原因所在，一方面是如 Michael Long（2005）所說的，資源的緊縮和語言教育所負擔的社會責任使需求分析的施作與嚴謹性成為亟需關切的焦點；另一方面則是因為動機這個因素在二語習得中一向佔有舉足輕重的角色。但是，對於學習動機的本質為何，研究者尚未有共識，目前研究者也依動機在語言學習中的角色發展出各異的動機模式（Gardner & Lambert, Pintrich, Dörnyei & Otto）。歸納之後，這些動機模式所共同關注、且與課室學習活動相關的動機因素，則包括了教學者、課室氣氛、課程內容、教材、課室設備以及學習者的個人特質（Gardner 2007）。其中教學者、課室氣氛與師資培訓、個人特質較相關；課室設備則取決於教育機構本身的資源；學習者的個人特質則是教學者較無法掌握的，而相對於以上所列的這些

因素，課程內容及教材可說是課程存在的前提之一，且透夠事先的妥善規劃，甚至可彌補其他各項動機因素的不足。但追根究底，透過需求分析可讓教學者了解學習者需要學什麼或是想要學什麼，進而有效率的達成時際語言溝通的目的。同時，需求分析作為教材開發的前置作業不僅能減少不必要的資源浪費，更能切中語言學習的需求。

關於需求分析的方法，則仍待進一步分析與歸納。早期 ESL 中的需求分析多以訪談或問卷形式完成，但較缺乏科學性，在結構上亦不完整。而在近期文獻不斷累積的情形下，Michael Long 對需求分析的方法提出了建議。Long 認為完備的需求分析應包含隨機抽樣、應有領域中的專業人才提供諮詢、資料來源應多樣化。其中資料來源可包括文書（written materials；可供研究者作為需求分析的起點）、目標場域的話語錄音（可作為教材設計的根據，或做為評量標準）、問卷（初期問卷可幫助了解相關議題為何）、訪談。研究者亦應需依其目的仔細規劃這些資料蒐集的順序。而即使在這樣的敘述與整理下，Long 仍承認目前所需要的還是一個更完備的、專屬於應用語言學的需求分析方法。

綜合以上所言，可知需求分析之科學性仍需建立，其方法論亦未完備，而本文之目的並非在挑戰現有與商務漢語相關之需求分析研究，而是呈現在二語學習環境中，現非從事商務活動的華語學習者（pre-experience learners）對於商務漢語之需求，以供日後應用語言學研究者作為研究之基礎，並提供商務漢語教材編寫者做為參考依據。

近年學界所發表的商務華語論文數量頗多，探討的層面也廣，如張黎（2010）的口語分析；趙燕華的交際功能（2010），聶學慧（2010）的語篇結構，丁俊玲（2009）的商務華語資料庫設立芻議，辛平的商務華語領域詞（2007），朱黎航（2003）的商務華語教學，周小兵、干紅梅（2008）的商務教材選詞等等。

而其中已發表與商務華語相關之需求分析，包括 Fangyuan Yuan（2003）針對美國賓州大學的學生、關道雄（2006）針對加州大學聖塔芭芭拉分校的學生、以及 Haidan Wang（2006）針對夏威夷大學學生所整理出的結果。另外，張黎（2006）雖然未對實際的學習需求作任何問卷或相關調查，但其研究則指出對商務華語教學需求的多樣性。

在袁芳遠的需求結果分析中，是以稍具華語水準之華語學習者為調查對象，其對商務華語的學習需求由高至低為學習中文商務術語及用法、提高中

文寫作水準、瞭解中國經濟狀況、瞭解中國資本市場和銀行體制，而最低的分別為漢語語法、修辭和商務工作實際技能。關道雄的調查限定學生自以下四項學習目的中選出兩項：提高用中文進行交際的能力、獲得中國經濟發展信息、了解商務活動中的中國文化、以及學習商務活動職業技能。關道雄的調查對象中華語水平達中級以上者均為亞裔學生，占65.5%，其中96.7%表示修習商務華語的目的在獲得中國經濟發展信息，而其他非亞裔學生則以期待了解商務活動中的中國文化居多，占70.4%。

Haidan Wang所做的需求分析調查更為周密。其遵循Michael Long（2005）所提出的需求分析方法論，訪問14個MBA畢業生、4個在中國的美商工作人員，以及6個美商駐在中國的訓練人員，結果得出是學習商務華語後仍需加強或感到有所匱乏的是和同事的日常交際溝通、打電話安排或聯絡業務、長篇演說或說明、以及公司各部門之互動。這項結果顯示的是商務華語課程的訓練打電話、演說、和業務溝通上都需再強調，但這結果過於廣泛，未能點出具體語言技能及交際內容上的實際需求。

正如張黎所言，商務華語教學的對象和需求趨於多樣，應針對不同層次和類型的需求分別進行研究和教材開發，本研究則是以大臺北地區學習華語的外籍人士為調查對象，其華語能力均在 TOP4 級以上，約等同於 HSK7 級，了解學習需求；而本研究之目的主要是作為中級以上商務華語教材開發之參考。

### 3. 問卷調查的結果與說明

參與問卷調查的外籍人士之國籍，包括巴西、日本、韓國、越南、印尼、緬甸、泰國、美國、加拿大、土耳其、英國、以色列、波蘭等國。

問卷調查的份數為 107 份，回收問卷數為 107 份，有效問卷為 103 份，無效問卷為 4 份。勾選想學商務華語者合計有 77 人，勾選不想學商務華語者有 26 人。排除無效問卷及無意願學習商務華語者的回答，本問卷的有效採樣共 77 份，以下依序說明問卷調查各項結果的前三名。若統計數字與前三名差距不遠者之選項，也一併列舉，其意是廣泛評估受訪者意見，避免受個案因素影響結果的客觀性。同時，在每道選項後面以「( )」標示其得票數，並簡要說明其結果。

（問題 1）你想要學商務華語嗎？

- 1.想學（77）
- 2.不想學（26）

「學商務華語的人數」約佔有效問卷的四分之三，可見想學習商務華語的人相當多。

（問題 2）你想學商務華語的原因是：

1. 以後方便找工作（45）
2. 現在或以後學業上的需要（15）
3. 現在工作上的需要（15）

以有效採樣計數，超過半數學習者選擇學習商務華語的理由，來自工作實務、生計實用的需求。由此可知，商務華語的確是成人學習華語的重要因素之一。在有效問卷中，有 15 人表示「現在工作上的需要」，顯示一般的實用生活華語，無法滿足工作上的需求。不過，相對於不願意學習商務華語的人，約佔回收有效問卷總數四分之一，也可得知學習華語的動機或目的，不僅限於商務實用性而已，應該還包括商務以外的素材，例如：對中華文化、多元語言的興趣等等。

（問題 3）你認為一般商務華語課應該包括哪些內容？（可複選）

1. 公司介紹（41）
2. 商量價錢（40）
3. 市場調查（39）
4. 面談技巧（38）
5. 簽訂合約（35）
6. 交貨方式（35）

除了上述選項票數較高的前六名外，這一大題還有不少選項票數相近，因此本文列出 30 票以內的選項，較能具體地呈現學習者的實際需求情況。其下依序為：產品介紹（33）、商業展覽（33）、廣告促銷（32）、商品保險（32）、銷售代理（31）、股票與股市（31）、參觀工廠（30）、付款方式（30）等。在有效問卷得票 30 票以上的選項，多數散在目前的商務華語教材中，尤其是前六名的課名主題，幾乎所有的商務華語教材都有。而未滿

30 票的選項，其票數差距也不大。顯示出商務華語的學習認知範疇頗大，相關領域面向頗廣泛。

（問題 4）你認為以你現在的程度需要學習哪些內容？（可複選）

1. 面談技巧（33）
2. 商量價錢（28）
3. 商業展覽（27）
4. 簽訂合約（26）
5. 履歷自傳（26）
6. 市場調查（25）

此道選項得票數較為分散，為求更具體呈現學習者的實際需求狀況，故將 20 票以內的選項都列舉出來：公司介紹（24）、海關報稅（23）、交貨方式（23）、產品介紹（22）、付款方式（21）、銷售代理（20）。值得關注的是，票數最高的「面談技巧」和第五順位的「履歷自傳」，這二項主題在目前的商務華語課程裡是被忽略的，或許是因為它屬於進入職場前的階段，並非「真正的商務範疇」，所以多數編寫者不將它列入商業領域中，由此可見學習者與教材編寫者之間的確存在認知差異。

（問題 5）你認為商務華語課和一般華語課的教學內容相同的有：（可複選）

1. 會話教學（41）
2. 生詞教學（31）
3. 情境對話（27）
4. 詞彙練習（26）
5. 口頭報告（26）
6. 角色扮演（25）

除上述六項外，得票在 20 票以內的選項尚有：閱讀練習（24）、訪談作業（23）、短文教學（20）等。從語言教學的角度來看，此道選項的結果，印證了多數學習者認為商務華語可以是語言課程的一部份，對商務華語的期待是語言技能及語言知識的獲得，而不是商務專業工作內容。以得票數最高的「會話教學」與「生詞教學」為例，正是一般語言教學的軸心。不過，這未必是好事情，因為多數的語言教學教師的商務專業知識並不足夠，是否有

能力解釋說明專業性詞彙與會話內涵，是值得深思的。

（問題 6）你認為商務華語課和一般華語課的教學內容應該不同的是：

（可複選）

1. 短文教學（21）
2. 造句（21）
3. 會話教學（20）
4. 角色扮演（19）
5. 生詞教學（19）
6. 句法練習（19）

這道選項並沒有超過半數的同意者，也就是說學習者對於商務華語的定位認知各不相同，所以各選項的票數不多且分散不均。和前道選項對照比較，差異性最大的是「短文教學」、「造句」、「會話教學」的票數。上道選項有 20 票認為商務華語與一般華語的「短文教學」相同，此道選項確有 21 票認為不相同。同樣地，上道選項對「造句」教學有相同認知者低於 20 票，此道選項卻高於 20 票。至於「會話教學」的認知差異就更大了，有 41 票認為兩者的教學內容應該相同，但也有 20 票認為兩者不同。

（問題 7）你認為在商務華語課程中應該學會哪些內容？（可複選）

1. 正確的商務中文溝通句法（47）
2. 專業的商務中文詞彙（41）
3. 正式的商務中文文件（36）
4. 臺灣或中國的經貿現況（35）
5. 基礎商務知識（32）
6. 華人交際禮儀知識（27）

此項結果顯示學習者認為如何正確地使用商務中文的溝通句法，是洽談生意時最重要的。也就是說，多數學習者認為商務溝通句法與一般華語溝通句法不同，因此不管中文程度如何，都應該學習商務句法。而第二順位的商務相關的專業詞彙，對學習者而言，是生活中較少接觸也沒有使用機會的，所以需要特別學習。至於「正式的商務中文文件」、「臺灣或中國的經貿現況」則分列重要性的第三和第四位。由此可見，學習者對商務華語的認知仍是以語言知識和技能為優先考量，其次才是商務專業領域的知識與技能。

（問題 8）在你認識的外籍生當中，有多少人想學商務華語？

1. 4-10 人（28）
2. 1-3 人（21）
3. 10 人以上（17）

此項結果得票最高的「4-10」與「不想學商務華語的人數」各約佔有效問卷的四分之一，但綜合有意學習者的票數則超過有效問卷的半數。可見有相當的人數考量將來工作的需要而想學習商務華語，因此與商務華語相關的教材教法應該是當務之急。姑且不論個人學習華語的目的、動機是否多樣性，就教學角度而言，學習者的需求是教學者應該正視的議題。

問題 9 與問題 10，「你學華語的目的是什麼？」及「你覺得你學過的華語教材中，有沒有商務華語的內容？」為不想學商務華語者的回答項目，在此票數不列入統計。

#### 4. 問卷調查及學習者訪談結果分析

由上述初步統計結果可知，現今商務教材撰寫者所編寫的課程主題，與學習者的實際需求之間，的確有不少項目差在明顯的落差。即使是最近幾年出版的商務教材，雖然已針對早期的教材做了不少修正及改進，但仍未能完全契合學習者的需求，可見在教材開發前的事前規劃、前置作業，仍不夠妥善完備，教材的編輯應以學習者的需求為中心，了解學習者真正想學的是什麼，由學習者需求來設計開發課程主題，才能有效率地達到語言教學的目的。透過此回的調查也凸顯出現有教材在開發規劃上所忽略的幾個面向及問題。

以下的結果分析，以問卷調查的數據為主，並參考幾位外籍生的訪談意見，歸納出幾個學習者的需求方向，並比對現有教材中所欠缺的單元主題一併提出說明。

##### 4.1 調查對象對日常溝通主題的需求度較低

由問卷調查結果可看出，中高度以上的學習者對於「公司介紹」、「商量價錢」、「市場調查」、「面談技巧」、「簽訂合約」、「交貨方式」等等的商務主題需求度較高。學習者的學習動機多包含現實需求的考量，而學習商務華語的目的是為了幫助自己順利進入職場，希望工作順心順利，因此瞭解公司組織營運的「公司介紹」，便成為最多學習者勾選的選項。另外，在進行商



務貿易活動時，需具備高度的溝通技巧及商務知識，所以「商量價錢」、「市場調查」、「面談技巧」、「簽訂合約」、「交貨方式」等數道的票數較多。相反的，在初級的商務華語中常見的課程單元，如「預約旅館」、「旅館入住」、「日程安排」、「入境接機」、「出席宴會」等，為一般生活華語的應用，票數相對地較低。若是學習者的華語水準已有中級以上的程度，自然也具備這些語言能力，這些主題無法引起他們的學習意願，對程度高的人甚至是完全不需要的。

參與本次問卷調查的華語學習者，無初級或零程度的人，其語言能力已足堪應付基礎的華語溝通，因此他們在判斷個人學習需求時，便將「預約旅館」、「日程安排」等排除在外。而選擇學習商務華語，但華語能力在初級或零程度的學習者，他們的身份多半為已在公司行號任職的在職者，學習的主要目的，是透過華語能力給對方好印象，所以他們所需要的只是基礎生活華語的應用，包括出差時出入旅館、機場的簡單應對，或與客戶交際時的口語禮儀等。這些只想學會基礎口語及華人世界禮儀的商務人士，依其需求只要編排基礎生活華語的應用單元即可，如「預約旅館」、「入境接機」、「出席宴會」等海外出差導向的主題，似乎較為合適。

不少商務教材將初級和中級以上的課程，放在同一本教科書內，這樣的編排方式會產生一些問題。首先教材中前幾課基礎的商務華語課程，會被學習者認為過於簡單缺乏挑戰性，導致學習動機降低。再來，若華語程度為初級的學習者，在前幾課較為簡單的課程結束進入中級後，便會因本身華語能力水準不足，而在學習上遭遇瓶頸，無法持續到最後。因此在教材編輯上，應將初級和中級以上程度的課程分開處理，不必將所有的課程單元編排在同一本書內。這種編排方式也有助教師依學生程度及學習目的選擇適合的教材。

#### 4.2 商務華語仍需以語言技能訓練為主

問題 5：「你認為商務華語課和一般華語課的教學內容相同的有？」，這個問題票數最高的是「會話教學」與「生詞教學」。原因在於多數學習者希望從商務華語課學習到的是語言技能及語言知識，而不是商務專業工作內容。因此商務華語教材，仍需以語言溝通及專業詞彙為編輯開發的重點。這點與目前以口語為中心出版的商務教材發展方向是一致的。

而這一項的票數結果，與問題 7 的票數結果一致。在問題 7 裡，受訪對象認為在商務華語課程中應學到的以「商務中文的溝通句法」和「專業的商務中文詞彙」二道票數最多，這二道在性質上也是屬於會話和詞彙，呼應問題 5 中學習者最重視的是商務的語言溝通及詞彙二者的結果。在問題 7 裡，許多商務華語教材中常見的重要學習主題，像是「基礎商務知識」或「華人交際禮儀知識」的票數卻較低，這二道似乎不是學習者最迫切需求的學習目標。從這裡可以看出學習者的認知，和商務華語教材中所安排的課程單元的落差所在。

不過筆者要先強調的是，以上歸納的分析結果來自受訪者的認知，但是以教學研究的角度來看，商務華語的語言溝通，並非單純能使用正確的句型即可，還要考慮到語言以外的要素。比如說雙方在對話時，要顧慮到對方在公司的職位、買賣雙方的關係、性別、文化習慣等許多複雜的因素。這是目前一般教材尚未考慮到的面向，也是以學習者的能力還未能理解判斷的層次。教材編寫者在考量學習者的需求後，仍需審慎判斷合適且必要的課程單元，不能全盤接受受訪者的意見，而忽略某些更重要的學習目標。

#### 4.3 商務華語與一般華語在教學上認知差異大的項目

問題 6：「你認為商務華語課和一般華語課的教學內容應該不同的是？」結果顯示「短文教學」、「造句」、「會話教學」三道票數最高。不過比對問題 5「你認為商務華語課和一般華語課的教學內容相同的有？」的結果，「會話教學」這道在問題 5 的票數最高，達 41 票之多。而「短文教學」雖然不在前六名之內，但票數也有 20 票。推測會有如此歧異的票數出現，可能與學習者多元的文化背景、有無工作經歷，以及是否上過商務華語課程等因素相關。不過這些推測的因素，目前無法由填卷者所填寫的資料得到明確的解答。

不過，雖然影響問題 6 選項票數的因素無法完全確定，商務華語的「會話教學」、「短文教學」、「造句」，與一般生活華語還是有所區別的，這可以參考 Mark Ellis 和 Christine Johnson 所分類的商務口說技能。某些商務會話情境所重視的口說技能，與生活華語的性質的確不同，如「正式口頭報告」、「非正式口頭報告」、「工作示範」、「說明或解釋」、「參與討論與非正式會議」、「參與會議」、「主持會議」、「面談」、「談判協商」、「電話溝通」等，便和一般口語溝通不同。學習者認為商務華語相關的「會話教學」及「造

句」有別於一般華語教學，推測可能是從個人工作經驗或觀察中，注意到兩者性質上的差異。

再來關於「短文教學」，可包括較簡單的報告、簡介、電子郵件，和稍具難度的意向書、契約條文、操作手冊、基礎經貿知識等短文。這些與商務相關的短文內容與一般華語文教學所教授的小品文，或報章雜誌的短篇報導在性質上也是不同的。

#### 4.4 增加「商業展覽」的課程單元

在目前的商務華語教材中很少見到「商業展覽」這個課程主題，它在票數上雖然不是前一、二名，但也有不少學習者認為以自己目前的能力，應該要學習「商業展覽」的相關知識。臺灣出版的《實用商業會話》（修訂本）雖然有參觀世貿展場的主題，但內容只著重於展場的參觀討論，並非與客戶洽商或進行商業活動。透過「商業展覽」的課程，學習者想獲得的是在商品展示會上直接與客戶溝通時，所需要的知識、經驗、語言等綜合應用的能力。在面臨實際挑戰時，除了課本上學得的語句及詞彙外，更需臨場的反應及專業知識的綜合應用，因此模擬商業展覽的對話、對談技巧，能讓學習者在第一次面對商展時，消除焦慮與不安並加強信心。

#### 4.5 求職準備的重要性及需求

目前商務華語教材的課程主題設定，皆以進入職場後所需面對的各種情境、任務及知識、用語為主。以中級以上的商務教材為例，一般常見的課程主題有「報價與訂貨」、「議價」、「付款方式」、「簽定合同」、「包裝」、「交貨與運輸」、「保險」、「海關與商檢」、「索賠與仲裁」、「代理協議」等，這些課程規劃皆是以進入公司後，預計會遭遇到的情境及任務為前提所設計的，並未注意到學習者在進入公司前的準備階段也是一項重大的挑戰。

若學習者預定在自己國家求職就業的話，以本國母語撰寫履歷自傳即可，但對將來預定在臺灣或中國等地就業的話，履歷自傳和面談技巧的教授就十分的重要，這二道的票數顯示，求職階段的資料撰寫及面試時的臨場對應，是學習者極欲學習的目標之一。但筆者所參考的數十本教材中，僅一本北京大學出版社的《公司漢語》（2002）安排了公司「聘請員工」的課程主題，但此一單元並非以求職者的角度規劃課程，除了欠缺撰寫自傳履歷的要訣說明外，面談也非教學的主題，而是練習題中的一個活動。

#### 4.6 商務中文文件的教學與困難

「正式的商務中文文件」的票數落在「商務中文的溝通句法」、「專業的商務中文詞彙」之後，但高於「臺灣或中國的經貿現況」及「基礎商務知識」。以口語會話為主的商務華語教材，會配合每一單元的主題，安排與主要教學目標相關的商務溝通句法和詞彙，而高級商務教材則以讀本的形式，介紹說明經貿現況及基礎商務知識。不過不管是在哪一類的教材，皆忽略了「正式的商務中文文件」的重要性。這些實際在洽談生意時所使用的正式文件，如滙票、合約、信用證、海關報關單、提貨單等，多以參考、附錄的形式，放在每一單元的最後一頁。不但欠缺說明介紹，文件中重要的商業詞彙也未列入生詞表中，無法有效地達到教學效果。

這些在商場使用的正式文件，應配合每一課的學習目標，配置入相關的課程單元裡。不過由於商務文件格式繁瑣，且內容涉及經貿專業的領域，因此這樣的安排會遇上的難題是，授課的華語教師能否勝任專業商務文件的講授。另外，實際貿易往來所使用的商務文件，在格式或樣式上常有出入，這也是教材編輯者須留意的問題。

### 5. 結語

臺灣在師大國語中心出版了二本《實用商業會話》（修訂本）I 及 II 後，便未再出版任何商務相關的華語教材。但根據本回調查結果顯示，想學習商務華語的外籍學習者的人數相當多，因此在臺灣出版商務華語教材應是未來可考慮，且應該積極進行的一個方向。

以下根據問卷調查所分析統整出的結果，提出今後在教材開發設計上可增加或調整的方向。

#### 5.1 開發規劃中級程度以上的商務教材

在目前已出版的商務華語的教材中，初級的教材多為生活華語的應用，只需靈活應用已習得的生活華語便能應付「預約旅館」、「旅館入住」、「日程安排」、「入境接機」、「出席宴會」等情境主題。因此在設計商務華語教材上，建議以接近實際洽談生意的情境為主，配合中、高級以上的詞彙、句型來設計課程。

## 5.2 增加短文教學

教材除了商務溝通句型及詞彙外，建議可增加「短文教學」的單元，這可分為「閱讀」及「寫作」的二個形式。「閱讀」方面，應加強經貿常識、基礎商務知識的短文閱讀，另外也包括閱讀一些較難的意向書、契約條文、技術手冊等。「寫作」方面，內容相對簡單的一般報告、簡介、電子郵件等，可配合每一單元的教學目標，在學習者了解、掌握本文內容之後，指派相關文件的寫作做為學生課後的練習作業。

## 5.3 增加中式商務文件的教學

目前商務信函的書寫指導教材內容，多以公司及產品的介紹，或往來連絡的書信文為主，形式上可分為電子郵件、傳真、便條、啓事、聲明等，這些文件多為商務相關的應用文，華語教師較容易勝任掌握教授的內容。而滙票、契約、信用證等職場上實際使用的文件，因文件格式複雜，內容牽涉專業的商務知識，因此未具經貿專業背景的華語教師，向學生解說時可能會遇上困難。但若只以附錄的形式置於每一單元的最後一頁，也無法讓學習者學得這些重要的相關詞彙，也無法進行填單的練習活動。

針對這些問題，建議可以設計簡化過的商務文件，去除部分過於繁雜的內容，留下基本的格式即可。這種處理方式，不僅有助於教師理解掌握這些簡化過的教學用文件，也可以縮短學生理解內容的時間，不會讓學生因過於複雜細瑣的文件格式，降低學習意願。

另外，為加強學生對商務文件的熟悉度，生詞表中也應列入教學用文件中的重要詞彙，並準備同型的空白文件做為課後的練習作業，藉以達到熟悉中式商務文件的教學目的。

## 5.4 規劃面談技巧的教學、履歷自傳的書寫課程：

如前所述，商務文件的書寫指導教材，課程內容以商務類的應用文為主，部分教材雖包含了履歷自傳的書寫，但不含面談技巧的指導與練習活動。建議可以將履歷自傳的書寫及面談技巧，以二個單元編排入商務華語教材之中，以達到一貫完整的學習及訓練。

在臺灣，「履歷自傳」的書寫多安排在應用文類的教材之中，而且是針對母語者所編寫的，不適合用來教授外籍生。建議以華語學習者為中心，設計「電子」、「物流」、「金融」、「服務」等幾大行業的「求職」書寫範例，加入書寫技巧的說明，另備空白的履歷表格，作為課後的練習作業。「面談技

巧」方面，透過面試的情境模擬，增加學習者實際演練的機會。教材中除了條列說明面試時的注意事項及技巧外，可配合課程設計各種行業的「角色扮演」等課堂活動。

### 5.5 實際商務活動中對話資料取得

今後在商務教材的研究開發上可發展的一個方向是，取得商務人士洽商時的實際對話資料來編輯設計教材。這些商務人士的對談語料，在經過分析整理後所編寫成的商務會話，能使教學的內容更貼近實際洽商時的對談情境。商務會話與一般生活華語會話不同之處，是會因公司職位、買賣雙方的關係、交易時間的壓力、文化差異等因素，造成不同的會話模式，因此若能取得實際商談時的對話資料，有助於教材的編寫開發。

目前編寫商務華語教材者皆為華語文的教師，一般華語教師普遍缺乏商務背景，無法更進一步深入模擬商務情境的對話。為求切近真實的商談情境，在商務教材的開發上，有必要尋求商業領域的專門人士加入教材的編寫，或是與商業人士合作，以錄影、錄音的方式取得實際的對談內容，根據取得的訪談、對話資料進行分析研究，再以滙整出的成果、結論，編寫或修正商務教材的課程內容。另外，也可以考慮自合作取得的影音資料，開發互動式多媒體的教材。

### 附錄：問卷調查結果統計總表

問題	選項	票數
你想學商務華語的原因是？	以後方便找工作	47
	現在或以後學業上的需要	15
	現在工作上的需要	15
	沒有需要但是有興趣	12
	其他	1

商務華語學習者需求分析

問題	選項	票數
你認為一般商務華語課應該包括哪些內容？（可複選）	公司介紹	41
	商量價錢	40
	市場調查	39
	面談技巧	38
	簽訂合約	35
	交貨方式	35
	產品介紹	33
	商業展覽	33
	廣告促銷	32
	商品保險	32
	銷售代理	31
	股票與股市	31
	參觀工廠	30
	付款方式	30
	履歷自傳	29
	海關報稅	29
	違約賠償	24
	問候和介紹	24
	外幣兌換	24
	公司信用調查	22
	詢問價格	20
	預約旅館	16
	旅館入住	16
	日程安排	14
	入境接機	14
	出席宴會	13
	其他	0

問題	選項	票數
你認為以你現在的程度需要學習哪些內容？（可複選）	面談技巧	33
	商量價錢	28
	商業展覽	27
	簽訂合約	26
	履歷自傳	26
	市場調查	25
	公司介紹	24
	海關報稅	23
	交貨方式	23
	產品介紹	22
	付款方式	21
	銷售代理	20
	廣告促銷	19
	詢問價格	18
	問候和介紹	18
	參觀工廠	18
	股票與股市	17
	外幣兌換	17
	違約賠償	16
	預約旅館	15
	商品保險	15
	旅館入住	15
	日程安排	14
	入境接機	13
	出席宴會	11
	公司信用調查	7
	其他	2



商務華語學習者需求分析

問題	選項	票數
你認為商務華語課和一般華語課的教學內容相同的有？（可複選）	會話教學	41
	生詞教學	31
	情境對話	27
	詞彙練習	26
	口頭報告	26
	角色扮演	25
	閱讀練習	24
	訪談作業	23
	短文教學	20
	真實語料	17
	句法練習	15
	語音練習	14
	句型語法教學	13
	造句	12
	分組討論	11
	生詞抄寫	9
	其他	0

問題	選項	票數
你認為在商務華語課程中應該學會哪些內容？（可複選）	正確的商務中文溝通句法	47
	專業的商務中文詞彙	41
	正式的商務中文文件	36
	臺灣或中國的經貿現況	35
	基礎商務知識	32
	華人交際禮儀知識	27
	其他	2

華語文教學研究

問題	選項	票數
你認為商務華語課和一般華語課的教學內容應該不同的是？（可複選）	短文教學	21
	造句	21
	會話教學	20
	角色扮演	19
	生詞教學	19
	句法練習	19
	詞彙練習	18
	生詞抄寫	17
	情境對話	16
	訪談作業	15
	句型語法教學	15
	真實語料	13
	語音練習	11
	口頭報告	11
	閱讀練習	8
	分組討論	2
	其他	1

問題	選項	票數
在你認識的外籍生當中，有多少人想學商務華語？	4-10 人	28
	1-3 人	21
	10 人以上	17
	不知道	7
	沒有人	2

## 引用文獻

- Dörnyei, Z., and Otto, I. (1998). Motivation in action: A process model of L2 motivation. *Working Papers in Applied Linguistics* 4: 43-69.
- Ellis, M., and C. Johnson (2000). Teaching business English. Oxford: Oxford University Press.
- Gardner, R. C. (1985). *Social Psychology and Second language Acquisition: The role of Attitudes and Motivation*. London: Edward Arnold Publishers.
- Gardner, R. C. (2007). Motivation and second language acquisition. *Porta Linguarum* 8: 9-20.
- Long, Michael. (2005). Methodological issues in learner needs analysis. *Second Language Needs Analysis*, ed. by Michael Long. Cambridge and New York: Cambridge University Press.
- Pitirinch P R., and E De Groot. (1990). Motivational and self-Regulated learning components of classroom academic performance. *Journal of Educational Psychology*. 82.1: 33-40.
- Yuan, Fangyuan (2003). *Issues and Concerns in Advanced Business Chinese Instruction*. Business Chinese Workshop. University of Michigan.
- Wang, Haidan (2006). *Improving the business Chinese curriculum through needs analysis*. Business Chinese Workshop. University of Michigan.
- 丁俊玲 (2009), 〈商務漢語信息庫建設芻議〉, 《教育評論》, 第 5 期, 104-106。[Ding, Jun-ling. (2009). Brief proposals to build a database of business Chinese. *Education Review* 5: 104-106.]
- 朱黎航 (2003), 〈商務漢語的特點及其教學〉, 《暨南大學華文學院學報》, 第三期, 55-60。[Ju, Li-hang. (2003). Characteristics and education of business Chinese. *Journal of College of Chinese Language and Culture of Jinan University* 3: 55-60.]
- 辛平 (2007), 〈面向商務漢語教材的商務領域詞語等級參數研究〉, 《語言文字應用》, 第 3 期, 70-77。[Xin, Ping. (2007). Scalar parameters of domain-specific vocabulary in Chinese textbooks for business purposes. *Applied Linguistics* 3: 70-77.]

- 周小兵、干紅梅（2008），〈商務漢語教材選詞考察與商務詞彙大綱編寫〉，《世界漢語教學》，第83期，77-84。[Zhou, Xiao-bing., and Gan, Hong-mei. (2008). Investigation on vocabulary in Chinese textbooks for business purposes and compilation of the outline of business vocabulary. *Chinese Teaching in the World* 83: 77-84.]
- 張黎（2006），〈商務漢語教學需求分析〉，《語言教學與研究》，第3期，55-60。[Zhang, Li. (2006). A need analysis in teaching Business Chinese. *Language Teaching and Linguistic Studies* 3: 55-60.]
- 張黎（2010），〈商務漢語口語的話語特徵〉，《漢語學習》，第3期，90-94。[Zhang, Li. (2010). The discourse features of oral Business Chinese. *Chinese Language Learning* 3: 90-94.]
- 趙燕華（2010），〈初級商務漢語教材交際功能統計及分析〉，《現代語文（語言研究版）》第4期，157-158。[Zhao, Yan-hua. (2010). Statistics and analysis of social functions in primers of Business Chinese. *Modern Chinese* 4: 157-158.]
- 關道雄（2006），〈商務漢語教材的範圍、內容和開放式架構設計〉，《第八屆國際漢語教學研討會論文選》，663-668。北京：北京語言文化大學出版社。[Guan, Dao-xiong. (2006). The scope, contents and design of an open framework in textbooks of business Chinese. *Proceedings of the 8th International Conference on Chinese Pedagogy*, pp.663-668. Beijing: Beijing Language and Culture University Press.]
- 聶學慧（2010），〈高級階段商務漢語語篇特征及語篇能力培養途徑〉，《天中學刊》，第4期，139-140。[Nie, Xue-hui. (2010). Discourse features of advanced business Chinese and the ways to develop students' contact ability. *Journal of Tianzhong* 4: 139-140.]
- Jane C.M. Kuo（2004），《新世紀商用漢語》上、下。美國：Cheng&Tsui。[Kuo, Jane C.M. (2004). *Open for Business : Lessons In Chinese Commerce For The New Millennium Volumes 1 & 2*. USA: Cheng&Tsui Company.]
- 王文娟、黃桂英（2001），《實用商業會話》（修訂本）I及II。臺北：師大國語中心。[Wang, Wen-juan., and Huang, Gui-ying. (2001). *Practical Business Conversation (Revised Edition) Volumes 1 & 2*. Taipei: National Taiwan Normal University Mandarin Training Center.]

- 王惠玲、黃錦章（2009），《商務漢語金橋—中級閱讀》。北京：北京大學出版社。[Wang, Hui-ling., and Huang, Jin-zhang. (2009). *Golden Bridge of Business Chinese: Intermediate Reading*. Beijing: Peking University Press.]
- 王海龍（2002），《應用漢語讀寫教程》。北京：北京大學出版社。[Wang, Hailong. (2002). *Introduction to Chinese Writing*. Beijing: Peking University Press.]
- 石威監修、待場裕子、能勢良子、森宏子著（2006），《商務中國語訓練》。東京：白水社。[Machiba, Yuko., Nose, Nagako., and Mori, Hiroko. (2006). *Business Chinese Training*, ed by Shi, Wei. Tokyo: Hakusuisha.]
- 庄稼嬰、張增增（2005），《商業漢語》。香港：中文大學出版社。[Howard, Jia-ying., and Chang, Tseng-tseng. (2005). *Business Chinese*. Hong Kong: The Chinese University Press.]
- 李立、丁安琪（2002），《公司漢語》。北京：北京大學出版社。[Li, Li., and Ding, An-qi. (2002). *Business Chinese*. Beijing: Peking University Press.]
- 李曉琪、崔華山（2009），《新絲路 中級速成商務漢語》。北京：北京大學出版社。[Lia, Xiao-qi., and Cui, Hua-shan. (2009). *New Silk Road Business Chinese Intermediate Level*. Beijing: Peking University Press.]
- 李曉琪、李海燕（2009），《新絲路 高級速成商務漢語》。北京：北京大學出版社。[Lia, Xiao-qi., and Li, Hai-yan. (2009). *New Silk Road Business Chinese Advanced Level*. Beijing: Peking University Press.]
- 李曉琪、林歡（2009），《新絲路·商務漢語寫作教程》。北京：北京大學出版社。[Li, Xiao-qi., and Lin, Huan. (2009). *New Silk Road Business Chinese: Composition*. Beijing: Peking University Press.]
- 孫德金、張旺熹（2005），《基礎商務漢語》。北京：北京語言大學出版社。[Su, De-jing., and Zhang Wang-xi. (2005). *A Business Trip to China*. Beijing: Beijing Language & Culture University Press.]
- 張黎、張靜賢、聶學慧（1999），《商務口語教程》。北京：北京語言文化大學出版社。[Zhang, Li., Zhang Jing-xian., and Nie, Xue-hui. (1999). *Business Spoken Chinese Course*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press.]

- 張黎、聶學慧（2005），《商務漢語入門——日常交際篇》。北京：北京大學出版社。[Zhang, Li., and Nie, Xue-hui. (2005). *Gateway to Business Chinese: Daily Communication*. Beijing: Peking University Press.]
- 張黎、沈庶英（2005），《商務漢語入門——基本禮儀篇》。北京：北京大學出版社。[Zhang, Li., and Shen, Shu-ying. (2005). *Gateway to Business Chinese: Regular Formulas and Etiquette*. Beijing: Peking University Press.]
- 張泰平（2000），《國際商務漢語教程》。北京：北京大學出版社。[Zhang, Tai-ping. (2000). *International Business Chinese Course*. Beijing: Peking University Press.]
- 梁鏞、王慶雲（2006），《經貿漢語中級》。北京：北京語言大學出版社。[Liang, Yong., and Wang, Qing-yun. (2006). *Intermediate Business Chinese*. Beijing: Beijing Language & Culture University Press.]
- 崔頌人（2004），《商貿漢語高級讀本》。香港：中文大學出版社。[Ts'ui Sung-jen. (2004). *Business Chinese: An Advanced Reader*. Hong Kong: The Chinese University Press.]
- 杉田欣二（2006），《商談的中國語》。東京：株式會社 ASK。[Sugita, Kinji. (2006). *Shoudan no Tyuugokugo*. Tokyo: ASK Group.]
- 董瑾、范雪嬌（2005），《商務漢語通——口語中級教程》。北京：北京大學出版社。[Dong, Jin., and Fan, Xue-jiao. (2005). *Chinese Commerce-An Intermediate Spoken Chinese Course*. Beijing: Peking University Press.]
- 關道雄、遇笑容（2000），《基礎實用商務漢語》。北京：北京大學出版社。[Guan, Dao-xiong., and Yu, Xiao-rong. (2000). *A Practical Business Chinese Reader*. Beijing: Peking University Press.]

[審查：2011.1.23 修改：2011.1.26 接受：2011.9.20]

李育娟

Li Yu-jiuan

106 台北市和平東路一段 162 號

國立臺灣師範大學國際華語與文化學系

162, Heping East Road Section 1, Taipei, Taiwan

National Taiwan Normal University Department of Chinese Language and Culture for International Students

lityann@hotmail.com

## **Learner's Needs Analysis in Business Chinese**

**Yu-jiuan Li**

**Department of Chinese Language and Culture for International Students,  
National Taiwan Normal University**

### **Abstract**

Due to the increase in the population of those who are learning Business Chinese every year, materials development related to textbooks seems to be thriving along with stream. Editors under fictitious situation, however, instead of the learners' requirement, design these textbooks. The study, therefore, will probe and collect the learning motivation of Business Chinese by redesigning questionnaire for the learners, in order to meets their need such as subject category, work category, curriculum content, etc. The analysis of gap between learners' need and existing teaching materials will be the reference resource for editing textbooks in future.

**Keywords:** Business Chinese, demand analysis, learning motivation, teaching materials of Business Chinese, commercial document